

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

SIRCLO berdiri sejak tahun 2013 sebagai perusahaan teknologi yang menyediakan solusi *e-commerce* untuk berbagai skala bisnis di Indonesia. Dalam perkembangannya, SIRCLO melakukan ekspansi terhadap layanannya yang mencakup pengelolaan toko *online*, integrasi *marketplace*, penyediaan logistik, *reports & insights*, serta solusi *omnichannel* bagi pelaku usaha, mulai dari UMKM hingga perusahaan besar. Bersumber dari situs resmi [sirclo.com](http://sirclo.com), SIRCLO terus berinovasi bersama dengan unit bisnisnya, yaitu ICUBE yang berfokus pada *website* dan pengembangannya, serta Orami yang berfokus pada pengembangan ekosistem bagi komunitas ibu dan keluarga.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

PT Koneksi Niaga Solusindo atau SIRCLO adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Software-as-a-Service* (SaaS) yang mendukung pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya secara daring (East Ventures, 2019). Sebagai perusahaan *Business-to-Business* (B2B) yang berfokus di bidang teknologi sebagai *e-commerce enabler*, SIRCLO membantu bisnis dalam beradaptasi dan menjadi lebih maju di era digital. Berdiri sejak tahun 2013, perusahaan ini menyediakan berbagai layanan untuk pengelolaan toko *online*, termasuk integrasi dengan *marketplace*, pengelolaan *website*, optimasi media sosial, serta penyediaan sistem logistik melalui operasional *warehouse*. Selain itu, SIRCLO juga menawarkan analisis data bisnis melalui *reports & insights* untuk membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan strategis. Dengan solusi yang terus berkembang, SIRCLO berkomitmen untuk menjadi mitra utama dalam transformasi digital bisnis di Indonesia. Bersumber dari SIRCLO *company profile* per Januari 2025, SIRCLO telah mencapai lebih dari 30 juta *end-consumers*, dipercaya lebih dari 1.000 perusahaan berskala

besar (*enterprise-level brands*), serta mendukung lebih dari 1 juta UMKM selama perjalanannya sejak tahun 2013 hingga saat ini.



Gambar 2.1 Logo SIRCLO  
Sumber: SIRCLO Company Profile (2025)

Nama SIRCLO memiliki pelafalan yang menyerupai kata bahasa Inggris *circle* yang berarti lingkaran. Pada bagian tengah logo SIRCLO, terdapat dua buah elemen lingkaran tidak sempurna tetapi saling berhubungan, menunjukkan konektivitas dan kolaborasi. Bagian ini memiliki dua arti, yaitu memiliki bentuk serupa dengan huruf 'S' yang merupakan inisial dari SIRCLO, dan mengilustrasikan jabat tangan sebagai bentuk kesepakatan kerja sama yang terjalin dengan mitra.

*Tagline* SIRCLO, "*Be the Future, Today*", merepresentasikan prinsip perusahaan dalam mendorong percepatan transformasi digital. Ungkapan ini mencerminkan keyakinan bahwa inovasi dan adaptasi bukanlah hal yang perlu ditunda, tetapi harus diimplementasikan sejak dini agar bisnis dapat terus berkembang di era digital. Dengan fokus pada pemanfaatan teknologi serta strategi berbasis data, SIRCLO berupaya membantu berbagai jenis usaha, mulai dari UMKM hingga perusahaan besar, agar lebih siap menghadapi perubahan pasar yang dinamis. *Tagline* ini merupakan cerminan dari visi SIRCLO yang bertujuan untuk memampukan semua pihak dalam mengambil langkah besar melalui teknologi dalam memaksimalkan potensi bagi bisnis dan para pelaku bisnis. Berdasarkan visi tersebut, misi SIRCLO yaitu mengarahkan bisnis dan pelaku bisnis untuk beradaptasi dalam transformasi digital, menyediakan perencanaan dan eksekusi bisnis dengan berbagai skala secara *end-to-end*, dan membangun solusi *omnichannel* yang terdepan bagi bisnis dan pelaku bisnis.

Ekosistem bisnis SIRCLO meliputi solusi berupa *e-commerce enablement*, dengan solusi pertama yaitu SIRCLO Commerce yang fokus utamanya adalah memberikan solusi bisnis secara *end-to-end* untuk bisnis berskala menengah hingga besar. Selanjutnya, ada SIRCLO StreamLab dengan fokus utama mengintegrasikan kebutuhan *live streaming*, produksi konten, dan manajemen *e-commerce* secara menyeluruh. Lalu ada SIRCLO Cross Border yang memudahkan bisnis atau merek internasional untuk masuk dan berkembang di pasar ekonomi Indonesia. Yang terakhir, ada SIRCLO Insights yang memperkuat wawasan terhadap bisnis dan merek berdasarkan strategi yang bersifat *data-driven* untuk mendukung keputusan masa depan yang lebih realistis dan akurat.

Di luar itu, terdapat unit bisnis independen berupa agensi teknologi dan perangkat lunak ICUBE yang meliputi SWIFT Omnichannel dimana SIRCLO memberikan pengalaman bisnis yang terintegrasi menjadi satu mulai dari interaksi pelanggan, manajemen stok dan persediaan, serta kapabilitas logistik dalam satu kerangka kerja untuk memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan teratur. Kemudian yang terakhir, terdapat Orami yang meliputi IbuSibuk, merupakan *platform* yang menyatukan pelaku usaha atau merek dengan ribuan *momfluencers* berskala nano dan mikro untuk melakukan promosi produk di media sosial yang berbeda-beda.



Gambar 2.2 Ekosistem SIRCLO  
 Sumber: SIRCLO Company Profile (2025)

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

Komitmen SIRCLO sebagai salah satu perusahaan *e-commerce enabler* terdepan di Indonesia tercermin dalam perjalanannya yang terus menerapkan strategi perusahaan yang adaptif seiring dengan transformasi teknologi sejak didirikan hingga saat ini. Perjalanan SIRCLO diawali pada tahun 2013 oleh Brian Marshal, yang saat ini menjabat sebagai Founder dan Chief Executive Officer (CEO) SIRCLO, dengan tujuannya untuk menjadikan SIRCLO sebagai *Software-as-a-Service* (SaaS) bagi bisnis lokal dengan nama SIRCLO Store. SIRCLO memperluas layanan untuk berbagai skala industri di tahun 2016 dengan mendirikan SIRCLO Commerce yang menyediakan solusi manajemen secara *end-to-end* bagi merek untuk menjual produk di berbagai *platform* media sosial.

Di tahun 2020, SIRCLO memiliki lebih dari 600 karyawan dan *merger* dengan ICUBE, sebuah agensi teknologi asal Indonesia dengan spesialisasi di Magento untuk bisnis ritel selama kurang lebih 20 tahun. Setahun setelahnya, SIRCLO mengakuisisi Orami dan mencapai lebih dari 1.000 karyawan. Sebagai perusahaan yang adaptif dan bertumbuh secara pesat dalam memberikan solusi bisnis, SIRCLO kemudian mengakuisisi Warung Pintar di awal tahun 2022 untuk memperluas cakupan industri dan skala operasionalnya. Pada tahun 2023, SIRCLO meresmikan SIRCLO StreamLab, sebagai solusi kreatif untuk mendukung bisnis dalam meningkatkan promosi dan *awareness* terhadap merek. Baru-baru ini, SIRCLO juga menjalin kerja sama dengan Shopify Plus di tahun 2024 untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendirikan SIRCLO Cross Border di tahun 2025 untuk membantu masuknya perusahaan atau merek internasional ke Indonesia.



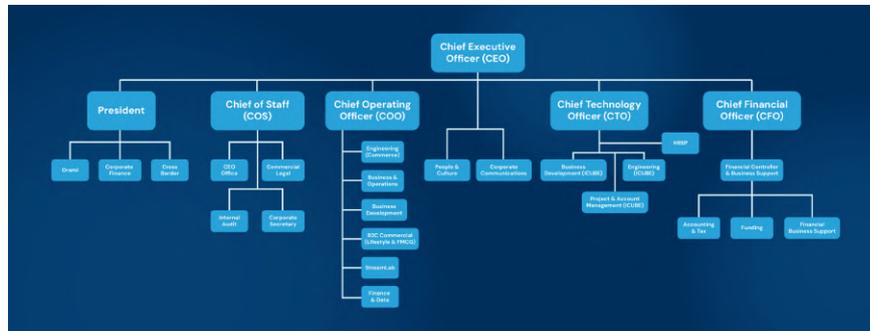
Gambar 2.3 *Company Journey* SIRCLO  
 Sumber: SIRCLO Company Profile (2025)

SIRCLO didirikan dengan tujuan utama menyediakan solusi digital bagi bisnis lokal. Seiring dengan perkembangannya, pada tahun 2025, SIRCLO memperluas cakupannya dengan tidak hanya berfokus pada bisnis lokal, tetapi juga merambah ke pasar internasional. Transformasi dan ekspansi yang dilakukan mencerminkan pertumbuhan SIRCLO sebagai perusahaan yang adaptif dan berdaya saing dalam industri teknologi.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

SIRCLO dipimpin oleh 6 anggota eksekutif yang meliputi *Chief Executive Officer (CEO)*, *President*, *Chief of Staff (COS)*, *Chief Operating Officer (COO)*, *Chief Technology Officer (CTO)*, dan *Chief Financial Officer (CFO)*. Masing-masing anggota eksekutif mengawasi dan membawahi divisi-divisi sesuai dengan peranannya. *CEO* bertanggung jawab dalam mengawasi tim People & Culture dan tim yang penulis tempati, yaitu tim Corporate Communications. *President* membawahi 3 tim, yaitu Orami, Corporate Finance, dan Cross Border. *COS* membawahi total 6 tim yaitu Engineering (Commerce), Business & Operations, Business Development, B2C Commercial (Lifestyle dan FMCG), StreamLab, serta Finance & Data. *CTO* membawahi Human Resource Business Partner (HRBP) dan 3 tim ICUBE yang meliputi Business Development, Engineering, serta Project & Account Management. Terakhir, *CFO* membawahi tim Financial Controller &

Business Support beserta 3 tim di bawahnya, yaitu Accounting & Tax, Funding, dan Financial Business Support.

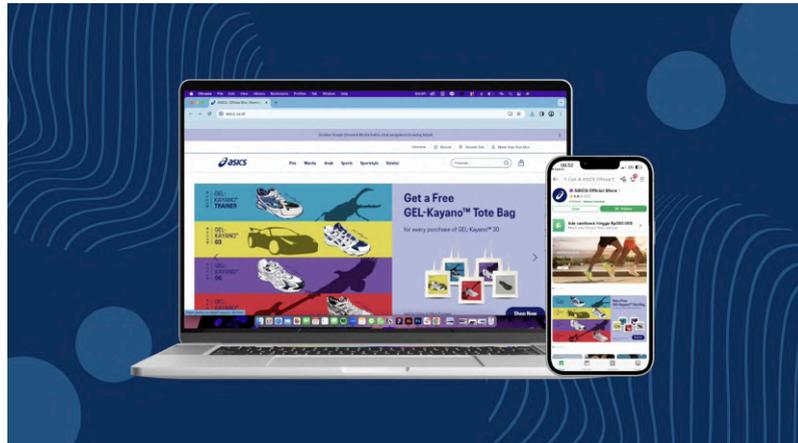


Gambar 2.4 Struktur Organisasi SIRCLO

Setiap divisi dalam perusahaan memiliki kewajiban untuk meminta persetujuan, melaporkan, serta melibatkan anggota eksekutif dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini bertujuan untuk memastikan koordinasi yang baik serta pengambilan keputusan yang selaras dengan visi dan misi SIRCLO. Selain itu, terdapat beberapa divisi yang berada di bawah naungan lebih dari satu anggota eksekutif, sehingga memungkinkan adanya kolaborasi dan upaya komunikasi yang lebih terstruktur guna memastikan kelancaran operasional dalam pekerjaan.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

Salah satu ekosistem bisnis SIRCLO, yaitu SIRCLO Commerce memberikan peningkatan signifikan bagi salah satu merek berskala besar, ASICS, sebanyak 120% *digital sales* melalui presensi pasar secara daring di *e-commerce platform* seperti Tokopedia, Shopee, Blibli, Zalora, dan Lazada. Bersumber dari studi kasus di situs resmi [sirclo.com](http://sirclo.com) (2025), tercatat bahwa selain SIRCLO Commerce, ASICS juga menggunakan SIRCLO StreamLab dan ICUBE untuk menerapkan strategi penjualan *Online-to-Offline (O2O)*. Selain itu, SIRCLO turut memberikan solusi yang inovatif dengan menjalin kerja sama bersama BCA Digital untuk integrasi pembayaran dan mengimplementasikan strategi penjualan O2O dengan berpartisipasi dalam *event* Urban Sneaker Society.



Gambar 2.5 SIRCLO Commerce ASICS  
Sumber: <https://www.sirclo.com/case-studies/asics-digital-...>

Peningkatan penjualan yang tercatat selama periode puncak promosi *double-days* menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan, yakni mencapai angka 170%. Angka ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan kampanye promosi semata, tetapi juga menjadi bukti konkret atas efektivitas solusi yang ditawarkan oleh SIRCLO dalam mendukung pertumbuhan bisnis para mitranya. Kinerja ini menunjukkan bahwa SIRCLO mampu memanfaatkan momen strategis secara optimal untuk meningkatkan visibilitas merek serta mendorong konversi penjualan dalam skala yang besar.

Capaian tersebut tidak lepas dari pendekatan terintegrasi yang digunakan oleh SIRCLO dalam menghadirkan solusi digital secara *end-to-end*, mulai dari pengelolaan kanal penjualan daring, optimalisasi distribusi, hingga analisis data konsumen yang akurat. Strategi ini terbukti mampu memberikan nilai tambah bagi para *brand* yang bekerja sama dengan SIRCLO, khususnya dalam konteks menghadapi kompetisi ketat di pasar *e-commerce*.

Salah satu klien yang telah merasakan dampak positif dari kolaborasi ini adalah ASICS, sebuah merek global dalam industri olahraga. Namun demikian, *portfolio* klien SIRCLO tidak terbatas pada satu kategori produk saja. SIRCLO Commerce juga dipercaya oleh berbagai merek besar dan terkemuka di berbagai industri, antara lain Unilever, Kalbe Nutritional, Mitra10, L'Oréal, Nestlé, dan Philips. Keberhasilan dalam menangani berbagai merek ternama ini menunjukkan

kapasitas SIRCLO dalam menyediakan layanan yang *scalable*, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan spesifik setiap bisnis. Secara keseluruhan, pencapaian ini menegaskan peran SIRCLO sebagai mitra strategis dalam transformasi digital bisnis, serta kemampuannya dalam memaksimalkan potensi pasar melalui pendekatan yang berbasis data dan inovasi teknologi.



Gambar 2.6 Klien SIRCLO Commerce  
Sumber: <https://www.sirelo.com/clients>

Berkolaborasi dengan Meet Magento Indonesia (MMID), SIRCLO juga mengadakan acara berupa pameran *e-commerce*, yaitu E-Commerce Expo yang telah diadakan pada tahun 2023 dan 2024. Diadakan di Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City, E-Commerce Expo memberikan ruang bagi lebih dari 2000 pelaku bisnis baik yang berskala mikro, kecil, menengah, ataupun besar untuk mendapatkan kemitraan. E-Commerce Expo juga mendukung pelaku bisnis dalam mendalami ranah bisnis dan *e-commerce* melalui rangkaian seminar dengan tiga tema utama meliputi bisnis, teknologi, dan inovasi yang dihadiri pembicara yang merupakan ahli serta praktisi di bidang bisnis, untuk memperluas wawasannya di bidang usahanya secara adaptif dan strategis, sehingga dapat mengakselerasi potensi pertumbuhan bisnis secara lebih maksimal.



Gambar 2.7 Tampilan *website* E-Commerce Expo  
Sumber: <https://www.expo.sirclo.com/>

Setiap tahunnya, SIRCLO juga kerap mengadakan program magang tahunan dengan nama SIRCLO Internship Programme (SIP), yang diselenggarakan sebagai bentuk pelatihan dan keterlibatan bagi peserta untuk memberikan kontribusi secara profesional. Program ini bertujuan memberikan kesempatan bagi mahasiswa atau *fresh graduate* untuk mengasah keterampilan dan terjun di lingkungan kerja SIRCLO dalam durasi 3 bulan. Program SIP juga memberikan tawaran untuk berbagai posisi dengan rangkaian proses seleksi yang ketat, dimana pada program SIP 2024 sebelumnya, angka pendaftar mencapai lebih dari 8.000 dengan hasil akhir 15 pendaftar yang diterima secara keseluruhan.



Gambar 2.8 Visual SIRCLO Internship Programme 2024  
Sumber: SIRCLO (2024)

Untuk klien SIRCLO Commerce seperti ASICS, SIRCLO menyediakan operasional untuk *e-commerce*, mencakup media visual seperti poster, *voucher*, dan konten media sosial. Sedangkan untuk *event* E-Commerce Expo, SIRCLO menggunakan identitas visual yang konsisten dari tahun 2023 ke 2024, dengan

nuansa gelap dan penggunaan elemen gradasi dan tekstur *grain*, identitas visual turut mengekspresikan kesan yang profesional dan lebih serius. Pada program SIRCLO Internship Programme 2024 ini, dirancang tema dan visualisasi konten yang bertemakan sirkus dengan penggunaan elemen, logo, dan kostum maskot yang dibuat sesuai dengan tema. Pemilihan tema sirkus ini didasarkan pada pertimbangan strategis untuk menciptakan atmosfer yang menyenangkan, menghibur, serta mampu membangkitkan antusiasme tinggi dari audiens yang menjadi target program, khususnya kalangan mahasiswa dan pencari pengalaman kerja pertama.

Visualisasi dari tema sirkus ini diwujudkan melalui penggunaan elemen-elemen grafis khas seperti tirai merah, lampu sorot, bintang-bintang, serta latar belakang yang menyerupai suasana wahana hiburan malam hari. Karakter maskot yang ditampilkan juga dirancang dengan kostum yang menyerupai penampilan pemain sirkus, dilengkapi dengan ekspresi wajah ceria dan pose yang dinamis untuk mendukung nuansa interaktif dan ramah. Penempatan logo SIRCLO serta elemen identitas program dilakukan secara strategis agar tetap menjadi pusat perhatian, sekaligus menyatu dengan keseluruhan desain visual.

Melalui pendekatan visual ini, SIRCLO tidak hanya menampilkan informasi mengenai program magang secara informatif, tetapi juga berusaha membangun impresi yang *fun* dan *approachable*. Pengalaman visual yang menyenangkan diyakini dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat citra perusahaan sebagai organisasi yang inovatif, terbuka, dan mendukung perkembangan talenta muda secara aktif. Dengan demikian, pengusungan tema visual untuk program ini menjadi bagian penting dalam menyampaikan pesan program magang ini secara efektif dan menarik.